

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.02.2025 17:42:43
Уникальный программный ключ:
6319edc2b582ffdacea443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

Приложение к рабочей
программе дисциплины

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Наименование дисциплины	Международный бизнес: стратегии развития
Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Смарт-маркетинг: международное развитие бизнеса
Форма обучения	очная
Разработчик	Черкашов Е.М. доцент кафедры менеджмента и бизнеса

1. Темы дисциплины для самостоятельного освоения обучающимися

Отсутствуют

2. План самостоятельной работы

№ п/п	Учебные встречи	Виды самостоятельной работы	Форма отчетности/ контроля	Количество баллов	Рекомендуемый бюджет времени на выполнение (ак. ч.)
1	Международная конкуренция: теории, модели и рейтинги глобальной конкурентоспособности стран.	Подготовка к практическим занятиям	Собеседование (обсуждение вопросов по теме)	-	2
		Подготовка к зачету			2
2	Транснационализация мировой экономики и формирование глобальных бизнес-сетей	Подготовка к практическим занятиям	Собеседование (обсуждение вопросов по теме)	-	3
		Подготовка к зачету			3
3	Выбор фирмой стран, рынков, способов интернационализации бизнеса и партнеров	Выполнение проектного задания	Раздел сквозного проектного задания	12	20
		Подготовка к практическим занятиям	Собеседование (обсуждение вопросов по теме)	-	3
		Подготовка к зачету			3
4	Стратегический и тактический маркетинг компании в принимающей стране	Выполнение проектного задания	Раздел сквозного проектного задания	8	16
		Подготовка к практическим занятиям	Собеседование (обсуждение вопросов по теме)	-	3
		Подготовка к зачету			3
Итого:				20	58

3. Требования и рекомендации по выполнению самостоятельных работ обучающихся, критерии оценивания

Проектное задание – предметно-познавательное и практико-ориентированное задание, направленное на поиск необходимой информации, усвоение и переработку изученного материала в рамках решения определенных проектных задач.

Структура и содержание проектного задания определяются преподавателем в соответствии с конкретными темами дисциплины, включает в себя несколько взаимосвязанных разделов, информационно-аналитическая работа в рамках которых носит последовательный характер и осуществляется как правило в группах (до 4 чел.).

Оформление проектного задания: командная презентация, состоящая из 3-4-х индивидуальных презентаций с активными ссылками на источники информации

Презентация - определенное информационное послание установленного формата с оригинальным графическим решением, выражающее индивидуальные/ групповые впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу.

Структура и содержание презентации определяются результатами поэтапной проектной деятельности, реализованной индивидуально и в группах (до 4 чел.) при выполнении разделов проектного задания.

Оформление презентации: 15-20 слайдов, размер шрифта не менее 25, визуальное решение на усмотрение обучающегося.

Критерии оценивания:

– структура, содержание и оформление презентации соответствуют указанным требованиям;

– соблюдены сроки выполнения (в соответствии с установленным графиком).

Собеседование – гибкая процедура контроля освоения дисциплины в формате обсуждения ее теоретических и прикладных аспектов, реализуемая в рамках практических занятий по конкретным вопросам тем курса, разделам проектного задания и презентаций.

Подготовка к собеседованию предполагает повторение теоретических и прикладных аспектов конкретной темы, закрепление приобретенных знаний, навыков и умений (презентация преподавателя, опорные тематические конспекты обучающегося, практические задания и ситуации для анализа).

Критерии оценивания:

– ответы обучающегося на вопросы преподавателя раскрывают конкретную тему, корректны и аргументированы;

– обучающийся способен охарактеризовать взаимосвязь теоретических и прикладных аспектов конкретной темы, привести практический пример и/ или выполнить практическое задание, проанализировать практическую ситуацию.

4. Рекомендации по самоподготовке к промежуточной аттестации по дисциплине

Итогом курса является подготовка и защита презентаций группового проекта **«Анализ ситуации и принятие решений о выходе и закреплении российской компании на рынках дружественных стран.»**

Студенты, объединенные в команды, защищают презентации подготовленных проектов.

Тематика и процедура выполнения групповых проектов

Студенты, объединенные по 3-4 человека в команды, опираясь на полученные знания и навыки, используя самостоятельно аналитические и статистические материалы, как на русском, так и на иностранном языке, на примере выбранной ими страны:

- пишут и оформляют совместные проекты по теме «Анализ, оценка ситуации и принятие решений о выходе и закреплении российской компании на рынках дружественных стран.» ;

- готовят презентации (каждый по своему разделу);

- выступают с презентациями (продолжительность: 5-7 минут), используя мультимедийную технику, на защите своих работ перед группой. Каждый участник команды должен подготовить свою презентацию как часть целого и выступить в роли организатора, «защитника» одной из трех презентаций своей команды.

Итоговая оценка каждого студента складывается из оценки подготовленной презентации; устного выступления с презентацией; ответов на вопросы в процессе обсуждения презентации.

Основные вопросы, которые должны быть отражены в трех презентациях

Первая презентация

Анализ географической среды ведения бизнеса в принимающей стране

1. Местоположение страны и ее границы
2. Точки входа в страну (морские порты; аэропорты; автомобильные переходы; железнодорожные переходы)
3. Структура поселений (города, сельские поселения, сгруппированные по числу жителей)
4. Распределение природных ресурсов, производственного, интеллектуального и финансового потенциала
5. Транспортно-коммуникационная сеть

Вторая презентация

Оценка возможностей и рисков(проблем) ведения бизнеса в принимающей стране с использованием инструментов и возможностей портала Российского экспортного центра

1. Социально-экономическое состояние принимающей страны (общеекономическое и отраслевое развитие, уровень жизни населения, геоэкономическое положение, основные внешнеторговые и внешнеэкономические партнеры, экспортно-импортные операции принимающей страны с РФ).

2. Политическое устройство, нормативно-правовая среда и государственное регулирование внешнеэкономической и инвестиционной деятельности с акцентом на особенности взаимоотношений с РФ(соглашения, союзы, взаимные преференции, возможные барьеры -тарифные и нетарифные - по ввозу продукции в рассматриваемые страны).

3. Условия ведения бизнеса и культурная среда в принимающей стране (бизнес-регулирование, культурные и национальные традиции ведения бизнеса с партнерами из принимающей страны, каких ошибок стоит избежать).

Третья презентация

Выбор компанией принимающей страны и стратегии интернационализации ее бизнеса

1. Портрет компании

1.1. Описание этапов развития компании (от момента создания до момента выхода на зарубежные рынки, включая расширение/ изменение линейки продукции).

1.2. Цели и задачи выхода компании на зарубежные рынки.

1.3. Характеристика производимого компанией товара/ услуги (свойства продукта, особенности хранения и транспортировки товара, требования и ограничения по вывозу товара из РФ/ оказанию услуги вне РФ)

1.4. Оценка степени готовности предприятия к выходу на зарубежные рынки (анализ достаточности кадровых, производственных, финансовых и прочих необходимых для интернационализации деятельности ресурсов)

2. Обоснование выбора и закрепления компании в принимающей стране

2.1. Обоснование выбора принимающей страны в целях интернационализации бизнеса компании (анализ выталкивающих и втягивающих факторов)

2.2. Выбор способов входа и закрепления на рынке принимающей страны (анализ возможных вариантов и выбор оптимальной стратегии выхода на рынок выбранной страны с учетом внутренних и внешних факторов)

2.3. Рекомендации по экспорту рассматриваемого продукта/ услуги в выбранную страну (рекомендации по транспортной логистике, по продвижению и позиционированию продукта, включая список рекомендуемых международных выставок, контакты торговых представительств и посольств, список потенциальных потребителей, особенности рекламы)

2.4. Рекомендации по ведению бизнеса с партнерами в выбранной стране (возможные формы международного инвестиционного, производственного и/или научно-технического сотрудничества и/или присутствия в выбранной стране)